

Wie sich Firmen vor dem Dominoeffekt schützen

Die Zahl der Großinsolvenzen ist auf einem unverändert hohen Niveau. Was Mittelständler tun können, um nicht in diesen Sog zu geraten.

Von **Torsten Holler**

Die Schrobsdorff Bau AG aus Berlin ist mit zahlreichen größeren Wohnungsbauprojekten in der Hauptstadt aktiv. Die Auftragslage ist gut, das Unternehmen gilt bei seinen Partnern als seriöser und vertrauenswürdiger Partner. Schrobsdorff ist ein positiver Einzelfall. Trotz einer hohen Nachfrage nach Wohnungen gehört der Bau zu den kriselnden Branchen. Das zieht andere Branchen in den Strudel. So rechnet der Zentralverband des Deutschen Handwerks mit weiter sinkenden Umsätzen, und auch die Möbelindustrie erlebt einen deutlichen Einbruch, der Umsatz in der Branche sank im letzten Jahr um über sieben Prozent auf 16,4 Milliarden Euro. Laut Statista wurden 77 Insolvenzverfahren in der Möbelbranche gezählt, und 85 im Möbeleinzelhandel. Ein Grund: Verbraucher setzen angesichts steigender Preise bei Lebensmitteln und Energie andere Prioritäten und investieren lieber in Freizeitaktivitäten und Reisen, hat der Branchenexperte Sebastian Wilde von der Unternehmensberatung Falkensteg festgestellt.

Bau und Automobilzulieferer besonders gefährdet

Auch zahlreiche Automobilzulieferer, der Handel, die Modebranche, die Logistik und auch Kliniken sind betroffen. Allein in diesem Jahr stieg die Zahl der Insolvenzen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes bereits im Januar um 14,1 Prozent im Vergleich zu Dezember

2024. Schon im letzten Jahr war ein Plus von 16,8 Prozent gegenüber 2023 zu verzeichnen gewesen. „Aktuell gilt häufig: Wenn es kracht, dann richtig“, sagt Milo Bogaerts, Geschäftsführer von Allianz Trade in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Große Insolvenzen hätten oft einen Dominoeffekt auf viele Firmen in der gesamten Lieferkette. „Nicht selten werden sie dabei mitgerissen und geraten selbst in den Abwärtssog, der schlimmstenfalls ebenfalls in der Zahlungsunfähigkeit endet“, so Bogaerts.

Bei Zahlungsausfällen zählt Geschwindigkeit

Bei Schrobsdorff sorgen ein projekt-nahes Controlling aller Finanzströme und aktive Projektkommunikation dafür, dass sich das Unternehmen im aktuell rauen Fahrwasser eines volatilen wirtschaftlichen Umfelds hält. Im Unternehmen selbst sind zwar nur 130 Mitarbeiter beschäftigt, aber insgesamt sind teilweise mehr als 500 Mitarbeiter bei gebundenen Vertragsunternehmen in die Bauprojekte von Schrobsdorff involviert. „Wir haben klare Maßnahmen etabliert, um uns vor Zahlungsausfällen zu schützen“, sagt Michael Staneker, Mitglied des Vorstandes und für die Bereiche Finanzen und Controlling verantwortlich. „Dazu zählen Bonitätsprüfungen bei neuen Partnern, regelmäßiges Monitoring laufender Projekte und vertragliche Absicherungen wie Anzahlungen, Sicherheiten und Bürgschaften. Wichtig



Die Schrobsdorff Bau AG aus Berlin setzt auf ein projekt-nahes Controlling aller Finanzströme, um sich den generellen Schwierigkeiten in der Baubranche zu entziehen.

Foto Tiliialucida | stock.adobe.com

ist auch das monatliche Reporting unserer Baustellen, insbesondere zu Zahlungsströmen, Leistungsständen und Abweichungen.“ Erfreulicherweise, so Staneker, sei es bisher nicht auf Kunden-seite, wohl aber aufseiten der Auftragnehmer zu Ausfällen gekommen. „Wenn ein Nachunternehmer insolvent geht, zählt Geschwindigkeit: Wir aktivieren Ersatzunternehmen aus unserem Netzwerk, sichern offene Leistungen und passen Abläufe sowie Budgets an. Das kann anstrengend sein, aber wer vorbereitet ist, bleibt handlungsfähig“, sagt Michael Staneker und ergänzt: „Warnzeichen sind beispielsweise wiederholte Zahlungsverzögerungen bei Lieferanten oder Krankenkassen, schleppende

Materialversorgung auf der Baustelle oder die Bitte, doch vorfristig zu bezahlen. Bei solchen Situationen sprechen wir frühzeitig mit dem Partner – je schneller wir reagieren, desto besser können wir Verzögerungen oder gar Komplettausfälle vermeiden.“

„Ausreden aller Art, wie zum Beispiel eine Erkrankung der Buchhalterin, eine neue Software, ein IT-Ausfall, der dafür sorgte, dass nur inländische Rechnungen bezahlt werden, sind Warnzeichen, dass etwas mit der Zahlungsmoral bei den Geschäftspartnern nicht stimmt, und sollten als solche erkannt werden“, hat Michael Bormann von der Sozietät bdp Bormann Demant & Partner festgelegt. „Hier sollte eine vorausschauende

Liquiditätsplanung stets aktualisiert werden. Wo es möglich ist, sollte nur gegen eine Warenkreditversicherung geliefert werden. Notfalls sollte man auf Vorkasse umstellen und keinesfalls offene Forderungen dulden“, sagt Bormann.

Vertragsstrukturen anpassen

Doch mitunter hilft auch die beste Vorsorge nichts. Ein aktuelles Beispiel ist die Automobilindustrie, in der etliche namhafte Zulieferbetriebe in die Insolvenz gerieten. „Eigentlich hat sich diese Insolvenzwelle schon ab 2016 angekündigt. Damals wurden pro Jahr 5,75 Millionen Pkw durch deutsche Hersteller produziert, 2024 waren es nur noch 4,11 Millionen Pkw. Die Produktion ist um 27 Prozent gesunken, aber es wurden in der Branche in diesem Zeitraum nur 6,5 Prozent der Beschäftigten abgebaut. Zu viele Menschen bauen zu wenig Autos“, sagt Professor Stefan Reindl vom Institut für Automobilwirtschaft an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geißlingen. „Jetzt, wo die Insolvenzwelle rollt, ist es schwierig, die Strukturen schnell genug anzupassen. Hinzu kommt, dass die Zulieferebene sehr stark von den Herstellern abhängig ist.“

Michael Bormann, der zahlreiche Automobilzulieferer saniert hat, sieht einen Ausweg darin, die Lieferketten sofort zu kappen und durch ein sternförmiges Vertragswerk mit dem Hersteller zu ersetzen. „Gerade die großen Konzerne haben immer versucht, die Risiken den Zulieferern aufzubürden. Es muss allen Zulieferern geraten werden, direkter Vertragspartner der Konzerne zu werden.“ Bereits jetzt sieht Bormann durch die Krise bei den Automobilzulieferern für eine weitere Branche dunkle Wolken aufziehen: „Dadurch ist auch direkt der Werkzeugmaschinenbau gefährdet.“

„Crowdfunding funktioniert nur mit einer starken Geschichte“

Für viele mittelständische Unternehmen wird die klassische Bankfinanzierung zunehmend unattraktiver. Eine mögliche Alternative ist Crowdfunding. Tim J. Sauer, Sales Channel Manager beim Zahlungsdienstleister Secupay AG, erklärt, was mittelständische Firmen bei der Umsetzung beachten sollten.



Tim J. Sauer
Foto Secupay

Herr Sauer, Crowdfunding bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Projekte unabhängig von Banken zu finanzieren. Wie ist der deutsche Markt im Vergleich zu unseren europäischen Nachbarn aufgestellt?

Deutschland hinkt bei dieser Finanzierungsform hinterher. 2023 lag das Crowdfunding-Volumen in Ländern wie Frankreich oder den Beneluxstaaten rund zehnmal höher als hierzulande. Es gäbe also auf jeden Fall Potential. Es fehlt in Deutschland jedoch an Sichtbarkeit: Viele Unternehmen kennen die Möglichkeiten schlicht nicht und Investoren oft ebenso wenig.

Welche Ursachen sehen Sie dafür?

Eine Ursache ist die vergleichsweise restriktive Regulierung in der Vergangenheit. Außerdem stellen wir in Deutschland eine gewisse Skepsis gegenüber neuen Finanzierungswegen fest. Die klassische Bank bleibt für viele Mittelständler der Standard. Zudem wird der Aufwand häufig überschätzt. Aber mit den richtigen Partnern – etwa spezialisierten Plattformen – lässt sich der gesamte Prozess effizient gestalten.

Was macht Crowdfunding für mittelständische Unternehmen attraktiv?

Es ist flexibel, schnell und stärkt das Eigenkapital – ganz ohne Sicherheiten. Wer eine loyale Kundenbasis oder engagierte Mitarbeitende hat, kann diese direkt ins Projekt einbinden. Besonders sinnvoll ist Crowdfunding als ergänzendes Instrument – etwa um Eigenmittel für eine größere Fremdfinanzierung darzustellen oder strategisch Sichtbarkeit zu schaffen.

Für welche Arten von Projekten eignet sich diese Finanzierungsform besonders?

Vor allem eignen sich Vorhaben mit Storytelling-Potential. Also Projekte, die gesellschaftlichen oder ökologischen Mehrwert schaffen – etwa Projekte im Bereich erneuerbarer Energien, Immobilien oder soziale Innovationen. Aber auch rein wirtschaftliche Vorhaben funktionieren, wenn sie professionell aufbereitet werden. Selbst eine neue Produktionshalle kann via Mitarbeiterbeteiligung finanziert werden – das bindet Personal und schafft Identifikation.

Welche Finanzierungsmodelle stehen beim Crowdfunding konkret zur Verfügung?

Die Spannweite reicht vom einfachen Darlehensmodell mit fixer Verzinsung bis hin zu tokenisierten Wertpapieren oder Erfolgsbeteiligungen. Die Wahl hängt stark vom Kapitalbedarf, der geplanten Laufzeit und dem regulatorischen Rahmen ab. Plattformen unterstützen bei Auswahl, Strukturierung und Abwicklung, und auch dabei, die rechtlichen Anforderungen zu erfüllen.

Worauf kommt es an, damit die Crowd am Ende auch investiert?

Die drei wichtigsten Faktoren sind: ein belastbares Netzwerk, ein glaubwürdiger Plan und eine saubere Kommunikation. Crowdfunding funktioniert nur mit einer starken Geschichte. Der potentielle Investor muss verstehen, was sein Geld bewirkt – und warum gerade dieses Unternehmen sein Interesse verdient. Transparenz ist hier wichtiger als ein Hochglanzprospekt. Übrigens: Plattformen bringen oft bereits eine aktive Investorengemeinschaft mit – das senkt die Einstiegshürde deutlich.

Und mit welchen Kosten müssen Unternehmen rechnen?

Um die rechtlichen Vorgaben zu erfüllen, fallen gewisse Setup-Kosten an – etwa für die Erstellung eines Wertpapierinformationsblatts. Danach ist vieles erfolgsabhängig: Plattformen, Softwarepartner oder Zahlungsdienstleister arbeiten meist auf Provisionsbasis. Dabei lohnen sich größere Investitionsvolumina, denn mit wachsender Projektgröße sinken die Margen – je größer das Projekt beziehungsweise die einzusammelnde Summe, desto günstiger sind am Ende die relativen Projektkosten. Durch den Eigenkapital-Charakter der beim Crowdfunding gewählten Finanzinstrumente sind die Projekte in der Regel zwar etwas teurer als klassisches Fremdkapital. Crowdfunding ist aber nicht nur eine Form der Finanzierung, es ist Teil einer modernen Unternehmensstrategie: Es sichert Kapital, stärkt die Kundenbindung, erzeugt Aufmerksamkeit.

Das Interview führte Benjamin Kleemann-von Gersum.

Impressum

Finanzieren im Mittelstand
Verlagsspezial der Süddeutsche Zeitung GmbH
Verantwortlich für den Inhalt:
Fazit Communication GmbH, 80289 München
Geschäftsführung: Hannes Ludwig,
Jonas Grashey
Redaktion: Benjamin Kleemann-von Gersum,
Christina Lynn Dier (verantwortlich)
Anzeigen: Jürgen Maukner (verantwortlich)
und Ingo Müller, REPUBLIC Marketing &
Media Solutions GmbH, Mittelstraße 2-4,
10117 Berlin, www.republic.de
Druckerei siehe Impressum dieser Zeitung.

Jetzt wagen statt warten.

Wir verdoppeln unsere Darlehen. Für ein starkes Bayern. Für einen starken Mittelstand.

Infos und Konditionen unter [zukunft.lfa.de](https://www.zukunft.lfa.de)

Der Kredit, der anders tickt.



LfA Förderbank Bayern